

## Moov Africa : payer plus cher pour avoir moins

Derrière la vitrine promotionnelle de Moov Africa, l'expérience réelle des abonnés révèle un écart croissant entre promesses commerciales et qualité de service.

Par **DAVID S.**

Filiale du groupe Maroc Telecom, lui-même majoritairement détenu par le groupe émirati e& (etisalat et), Moov Africa se positionne comme un acteur majeur du très haut débit dans plusieurs marchés d'Afrique francophone.

La marque met en avant un argumentaire centré sur la performance du réseau, l'extension de la couverture et le développement de services numériques, projetant l'image d'un opérateur capable d'accompagner la croissance des usages digitaux sur le continent. Derrière la vitrine promotionnelle, une réalité que nous avons voulu examiner de plus près.

Car au-delà de la communication commerciale, la perception des utilisateurs se révèle plus contrastée. Sous une publication diffusée sur une page officielle Facebook de Moov Africa, les réactions d'abonnés constituent un indicateur direct de l'expérience client.

Certains évoquent des débits jugés insuffisants ou des connexions instables, estimant que la qualité réelle du service ne correspond pas toujours aux standards mis en avant. « On paie pour du très haut débit, mais ici on rame », écrit ainsi un utilisateur en commentaire public.

Un autre observe : « La 4G+ ? Chez nous c'est à peine stable. »

Les critiques portent également sur les offres tarifaires. Plusieurs inter-

Réactions d'abonnés sur les réseaux sociaux à une publication promotionnelle de Moov Africa, révélant un décalage entre discours commercial et expérience réelle.



Je regrette d'avoir acheté votre connexion.



parlez nous de 1mois c'est quoi votre histoire de une semaine et 4 jours là



Izon dit connexion là est lente et vous faites encore affichage aaaaa?  
Réglez nous la connexion d'abord  
Mi minciiii



Connexion médiocre ! Vos tarifs ne servent plus à rien si le service ne suit pas. 15 000 de perdus puisque rien ne passe

nantes regrettent d'anciennes formules qu'ils jugent plus avantageuses et pointent un rapport qualité-prix perçu comme moins compétitif. « Avant j'avais un forfait correct, maintenant je paie plus pour moins », peut-on lire parmi les réactions.

D'autres signalent des délais jugés longs dans le traitement des demandes d'assistance technique.

Ces retours illustrent une évolution structurelle du marché des télécommunications : les réseaux sociaux constituent désormais un espace public d'évaluation permanente. Chaque campagne promotionnelle y est immédiatement confrontée à l'expérience réelle des abonnés, transformant la communication commerciale en test de crédibilité. Dans un secteur marqué par une

concurrence accrue entre opérateurs internationaux et régionaux, la perception client devient un indicateur stratégique.

La solidité d'un acteur télécom ne se mesure plus seulement à ses investissements ou à sa couverture réseau, mais aussi à la confiance qu'il inspire à ses utilisateurs.

Moov Africa poursuit son déploiement régional et continue de mettre en avant son positionnement technologique.

Mais dans l'économie numérique actuelle, la promesse du très haut débit ne se juge plus uniquement à l'aune des campagnes publicitaires : elle se vérifie dans l'usage quotidien, et surtout dans les retours publics des abonnés, devenus l'un des baromètres les plus scrutés du secteur.